



Gabriel Beck

Facebook Landingpages

// Das kleine Einmaleins

Facebook Landingpages

// Das kleine Einmaleins

Die Nutzerzahlen von Facebook steigen unaufhörlich (siehe [Nutzerzahlen](#) bei facebook Marketing)- und damit auch der Wissensdurst nach Experten- Tipps zur Gestaltung von Facebook Fan-Pages. Doch worum handelt es sich bei einer Facebook Landingpage im Detail und worauf sollte man bei der Gestaltung aus Conversion-Sicht achten? Denn was für eine gute Landingpage gilt, gilt erst recht für Facebook Landingpages: Der Nutzer soll zum Klick animiert werden und damit im besten Fall zum Kauf.

Notwendigkeit von Facebook Landingpages

Viele Website- und Shop-Betreiber entdecken gerade das Thema Social Media für sich und versuchen auch hier mit ersten Geh-Versuchen, Fuß zu fassen in der Welt der Fans und likes. Die Entscheidung für eine Facebook Fanpage ist schnell gefasst und leicht realisiert. Doch einfach nur Produkte und Dienstleistungen auf die Fanpage zu stellen, reicht einfach nicht aus, um die Zielgruppe zur Interaktion zu bringen.

Die Konzeption einer speziellen Facebook Landingpage die in Form eines Facebook Tabs auch als Standard-Landing Page ausgewählt werden kann, scheint daher ähnlich komplex wie die Gestaltung von Landingpages innerhalb meiner Website.

Primärziel ist es dabei, den User dazu zu bringen, Facebook Fan zu werden.

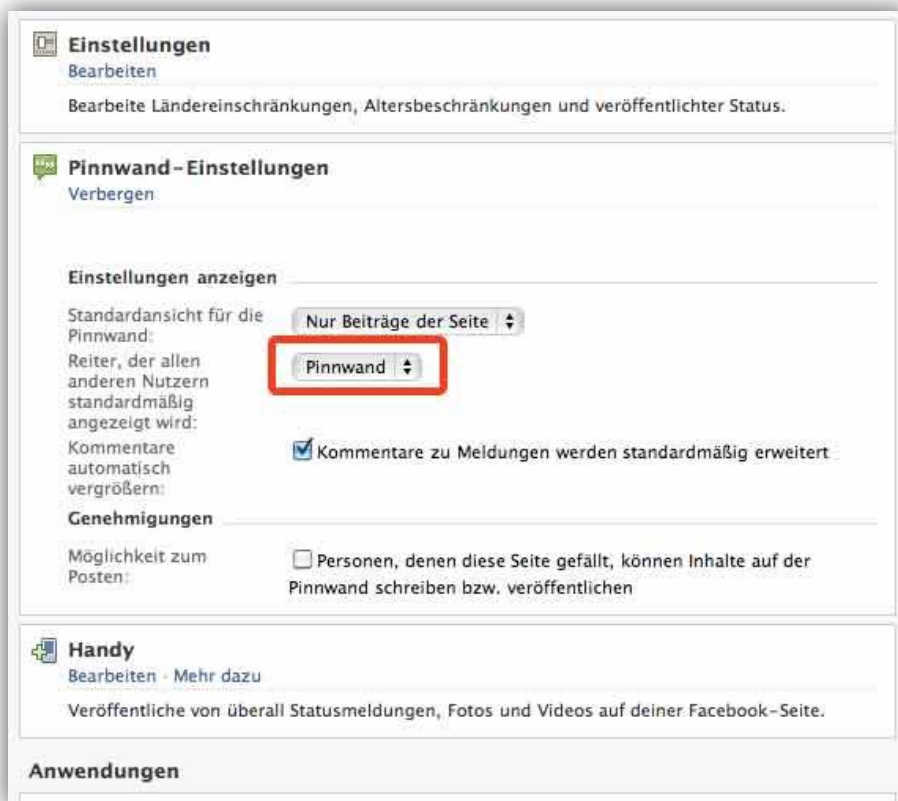
Facebook Landingpage Definition (eigene)

Die Facebook Landingpage ist der Reiter (Tab) bei Facebook, der Usern standardmäßig beim "Betreten" der Fanpage präsentiert wird.

Facebook Landingpage Tab nur mit FBML

Für die Gestaltung von Facebook Landingpages ist FBML nötig. Eine Anleitung für die Einrichtung von FBML findet man bei facebook Marketing in einem → [Tutorial](#) (PDF)

Sollte die FBML schon eingerichtet sein, so kann die Facebook Landingpage wie folgt aktiviert werden:



Facebook Landing Page Beispiele

An Beispielen für Facebook Landingspages mangelt es im Moment nicht, allerdings haben Website- und Shopbetreiber den Link zu ihrer Facebook Fanpage häufig gut versteckt:

Beispiele für Startseiten mit Hinweis auf Facebook Fanpage

The screenshot shows the Zalando website homepage. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Damen Schuhe', 'Herren Schuhe', 'Kinder Schuhe', 'Bekleidung', 'Marken', 'Outlet', 'Sports', and 'Lounge'. A search bar is present. Below the navigation, there's a main banner for 'MANTEL-TRENDS DER SAISON' featuring a woman in a red coat. To the left and right are lists of product categories. Below the banner are three featured product sections: 'DAMENSNEAKER', 'HERREN SNEAKER', and 'NEUE HANDTASCHEN'. A 'Topseller des Tages' section displays various shoes with prices. Below that is a 'Top Marken bei Zalando' section with logos for brands like Diesel, Adidas, and Bronx. A large text block provides information about shipping and returns. At the bottom, there's a 'Kundenservice' section with links to Facebook, Twitter, and the Zalando Blog, a 'Zahlungsmethoden' section, and a 'Zalando Newsletter' sign-up form.

Hinweis auf Facebook, Twitter und Blog im unteren Seitenbereich der Zalando Startseite



The screenshot shows the OTTO website homepage with various promotional banners and navigation elements. At the top, there is a search bar and navigation links for 'SUCHE', 'WARENKORB', and 'MEIN OTTO'. Below the navigation, there are several promotional banners: 'Herbst bel OTTO', 'Rabatt auf Mode 1)', 'Kurzjacken', 'Letzte Gewinn-Chance!', 'PlayStation Move', 'Von basic bis trendy', 'Mode-Beratung', and 'Mega-Sale!'. At the bottom of the page, there is a footer with a navigation menu and a social media link for Facebook, which is highlighted with a red box.

OTTO

ERWEITERTE SUCHE » PRODUKTVERGLEICH » [0] MERKZETTEL » [0] SERVICE BEI OTTO

SUCHE Suchwort / Bestellnummer: im gesamten Shop »

WARENKORB » 0 Artikel | € 0,00

MEIN OTTO » Anmelden

Herbstmode . Damen . Herren . Kinder . Wäsche/Bademode . Sport . Schuhe . Große Größen
Multimedia . Haushalt . Möbel . Heimtextilien . Baumarkt . Spielwaren . Reisen . Marken . Schnäppchen

Willkommen bei OTTO! Für persönliche Services [melden Sie sich bitte an](#). Oder [sind Sie neu hier?](#) Das Fashion-Blog: [Two for Fashion](#)

Herbst bel OTTO

Bestellnummern direkt eingeben
» ONLINE-BESTELLSCHREIBEN

mytrend: Kurzjacken
Von Jeans bis Leder – ob Blazer oder Blouson. An diesem Herbststück kommt keine vorbei.
» ZUM TREND

10% Rabatt auf Mode¹⁾

Sparen Sie 10% bis zum 04.10.2010 – geben Sie einfach den Rabatt-Code 4028 an!
» MEHR INFOS

Zugreifen! 15:36:55
LCD-TV Full HD, Sony, »KDL40BX400AEP«, LVP:–699,90-EUR
ab €549,90
begrenzt verfügbar

Mein OTTO
» KUNDENCENTER
» SENDUNGSANFRAGEN
» NEWSLETTER

Marken- Gewinnspiel: Es winken Preise im Wert von insgesamt 60.000€!
» SCHNELL MITMACHEN

Wie wär's mit einem neuen Look für die Fenster z.B. mit Gardinen von Gardisette?
» VIELFALT ENTDECKEN

Gardinen & Vorhänge

Unsere Katalogwelt »
Katalog gratis anfordern
DAS IST ES! Herbst 2010

Neu: Erleben Sie die innovative Bewegungssteuerung für Ihre PS3!
» ZU PLAYSTATION MOVE

Garantiert angesagt: junge Styles zu fairen Preisen!
» ZUM FLASHLIGHTS-SHOP

Von basic bis trendy

Two for Fashion »
Das OTTO-Fashion-Blog: Holen Sie sich jetzt die Trend-News aus erster Hand!

Passt die Hose? Unsere Online-Beratung hilft Ihnen bei aller Modemänsin die richtige Größe zu finden!
» ZUR MODE-BERATUNG

Über 3.000 Mega-Schnäppchen bis zu 75% reduziert! Nur solange der Vorrat reicht!
» SCHNELL ZUGREIFEN

Mega-Sale!

Partner von OTTO
www.shopping24.de
www.otto-office.de

1) Der Rabatt gilt bis zum 04.10.2010 ausschließlich für Mode inkl. Sport, Wäsche, Bademode, Accessoires sowie für Heimtextilien und wird automatisch von der Rechnung abgezogen, wenn der Rabatt-Code 14028 bei der Bestellung angegeben wurde. Mehr Informationen erhalten Sie [hier](#).

OTTO...find ich gut!

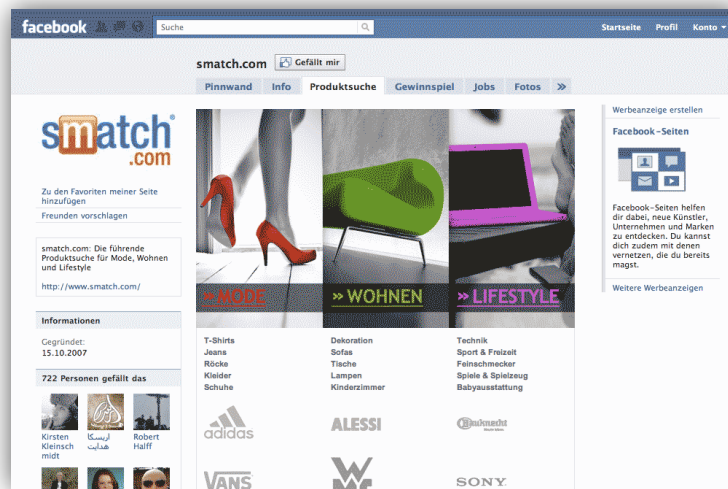
Preisangaben inkl. gesetzl. MwSt. und zzgl. Service- & Versandkosten. Bitte beachten Sie unsere [Nutzungsbedingungen](#).
Wir freuen uns über [Lob und Kritik](#) zum OTTO-Online-Shop!
[Bestellen bei OTTO](#)

Besuchen Sie OTTO bei: 

AGB DATENSCHUTZ HINWEIS ZU COOKIES IMPRESSUM UNTERNEHMEN PARTNER VON OTTO OTTO-AFFILIATE JOBBÖRSE KONTAKT HILFE

Otto Startseite – Facebook Hinweis ganz unten

Beispiele für Facebook Landingpages



Smatch.com Fanpage



Otto Fanpage



Zalando Fanpage

Facebook Landingpages – das kleine Einmaleins

Folgende Punkte sollte man bei der Gestaltung von Facebook Landingpages auf jeden Fall beachten (kein Anspruch auf Vollständigkeit):

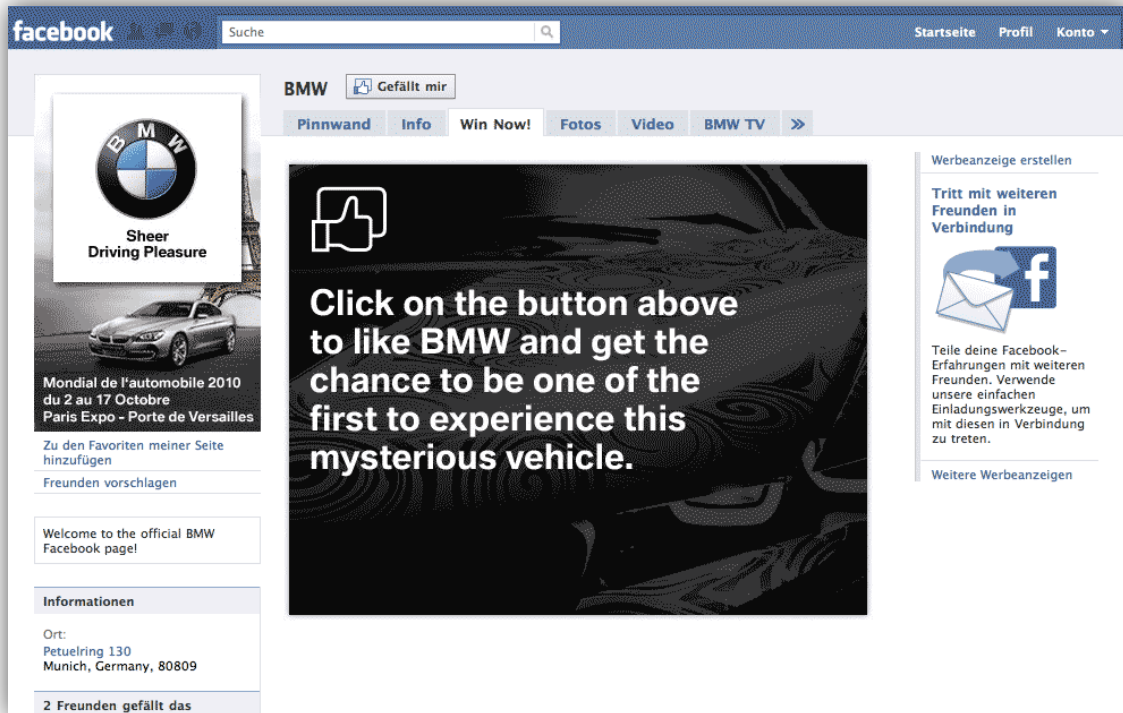
1. Geben Sie dem User einen Grund dafür, Facebook-Fan zu werden
2. Vermeiden Sie tote Facebook Landingpages à la “Wir freuen uns, dass Sie hier sind...” ohne weiterführende Aktionen
3. Facebook lebt von Likes, Shares und Kommentaren – behalten Sie dies im Hinterkopf!
4. Exklusive Inhalte für Facebook verhindern ein Spiegelbild der Website/Shop
5. CallToActions sind auch für Facebook Landingpages wichtig (warum nicht auch im Facebook Stil?)
6. Usability- und Conversion Regeln gelten auch auf Facebook Landingpages (Orientierung, Steuerbarkeit, Wording, etc.)
7. Wichtige Facebook-Tabs dürfen nicht versteckt werden
8. Bieten Sie multimediale Inhalte – Reine Texte und Links langweilen die User nur
9. Branding und CI/CD nicht vergessen!
10. Geben Sie dem User einen Grund, wiederzukehren

Ein wichtiger Punkt bei Facebook Landingpages ist die Tatsache, dass viele Unternehmen versuchen, die User wieder auf die Website/Shop zu leiten. Dies sollte allerdings nicht mit aller Gewalt geschehen. Der User braucht einen Grund dafür. Dies können Angebote und besondere Aktionen sein. Im Social Media geht es nicht darum, mit dem Hammer einen Abverkauf zu erzielen, diese Form der Vermarktung geht in der Regel nach hinten los – und verärgerte User machen ihren Frust besonders einfach in sozialen Medien Luft.

Facebook Landingpage Beispiele aus der Praxis (auszugsweise)

zu 1.) Grund geben, Fan zu werden

BWM und Amazon erklären dem User auf der Facebook Landingpage, warum es sich lohnt, Fan zu werden. Dies ist die erste Hürde die genommen werden muss!



BMW Facebook Landingpage



amazon Facebook Landingpage

zu 2.) tote Facebook Landingpages

Hierfür gibt es genügend Beispiele. Dazu zähle ich alle Fanpage, die keine spezielle Facebook Landingpage besitzen, bzw. wo auf die Pinnwand verlinkt wird (dies gilt schändlicherweise auch für meine Fanpage...)

zu 3.) Interaktivität

Gewinnspiele, Sonderangebote und Bewertungen von hochgeladenen Bildern von Usern zählen hier zu den häufigsten Formen zur Steigerung der Interaktivität. Umfragen mit einer Gewinn-Chance können als Marktforschungsmöglichkeit eingesetzt werden.

zu 7.) Facebook Tabs nicht verstecken

Zalando hat den Reiter mit der Shop-Funktionalität unter den "restlichen" Reitern versteckt.



zu 10.) Grund für Wiederkehr

Notebooksbilliger bietet auf seiner Fanpage die "Dealmachine" an. Sie ist zwar auch im Online Shop zu finden, allerdings nicht so prominent. Die Dealmachine präsentiert tagesaktuelle Angebote und gibt den Usern somit den Anreiz, immer wieder auf der Fanpage vorbeizuschauen.

Die Statusmeldungen der Fanpage sollten unbedingt aktuelle und interessante Neuigkeiten enthalten und den User somit immer wieder auf die Fanpage locken!



Kurze Facebook Landingpage – Checkliste

- User dazu motivieren, Fan zu werden
- Marke abbilden
- Mehrwerte kommunizieren
- Interaktivität fördern
- Facebook typische Elemente verwenden (Like, Kommentarfunktion, Share, etc.)
- Exklusive Inhalte für Facebook bieten
- Grund für Wiederkehr liefern (Statusmeldungen und regelmäßige nützliche Infos und Aktionen)
- Umfragen zur Marktforschung nutzen -> Was wollen die User wirklich?
- Multimediale Inhalte verwenden (Videos, Fotos)
- Zielgruppe ansprechen
- CallToActions verwenden
- ...

Fazit zu den Facebook Landingpages

Facebook Landingpages geben Website- und Shop-Betreibern die Möglichkeit, ihre User über einen anderen Kanal anzusprechen. Hierin liegt allerdings Fluch und Segen zugleich, denn Facebook Fans verfolgen ganz andere Ziele als User, die bei Suchmaschinen nach Lastminute Urlaub suchen. Das Interesse muss bei Facebook Fans erst geweckt werden. Aktivieren Sie User durch Aktionen, die sich exklusiv an Facebook Fans richten, denn nur so kann man die potentiellen Interessenten dazu motivieren, mit der Fanpage in Kontakt zu treten.

Facebook Landingpages stellen (wie bei normalen Websites und Shops auch) in der Regel den Erstkontakt her. Und auch hier gelten die gleichen Conversion Regeln. Das bedeutet, dass innerhalb von Sekunden entschieden wird, ob man Fan wird oder nicht. Die Bemühungen sind also zu allererst auf den "Gefällt mir" Button ausgerichtet.

Über den Autor



Gabriel Beck ist Head of Conversion Optimization bei explido Webmarketing und seit 2005 im Unternehmen. Zu seinen Themenschwerpunkten zählen Landingpage Optimierung, Shop Optimierung, Testing und Konzeption.

2009 wurde Gabriel Beck zusammen mit weiteren Kollegen von explido als eine der ersten Agenturen in Deutschland als „Google Conversion Professional“ zertifiziert. Neben seiner beruflichen Tätigkeit betreibt er seit 2009 auch einen eigenen Conversion Optimierung Blog (www.conversiondoktor.de) und ist Gastautor für verschiedene Blogs (eCommerce Lounge, Usabilityblog.de, explido WebMarketing).



2010 gründete er zusammen mit André Morys und Frank Reese eine Xing Gruppe, die sich ausschließlich um Conversion Optimierung dreht. Die Xing Gruppe „**Conversion Optimization – Boost Your Profit**“ erfreut sich seither über rege Diskussionen

und über fast 2.000 Gruppenmitglieder!

explido WebMarketing ist eine Fullservice Agentur für Performance Marketing und einer der führenden Anbieter von SEA, SEO, Affiliate Marketing, Display Advertising und Website Consulting.

Kontakt

Xing Profil //

https://www.xing.com/profile/Gabriel_Beck

Kontakt Conversiondoktor //

<http://www.conversiondoktor.de/kontakt/>

Links

Conversiondoktor Blog //

<http://www.conversiondoktor.de>

Xing Conversion Gruppe //

<http://bit.ly/boostyourprofit>

explido Website //

<http://www.explido-webmarketing.de>